

MELHORES PRÁTICAS



DIVULGAÇÃO DE RESULTADOS

CODIM sugere procedimentos para companhias divulgarem resultados periódicos, e propõe avanços no mercado de capitais

por **JENNIFER ALMEIDA**

“As empresas devem comunicar suas informações periódicas de forma verdadeira, com o objetivo de melhoria contínua da qualidade das mesmas, maior abrangência e equidade”, destacou Ligia Montagnani (Apimec SP), relatora do Pronunciamento de Orientação nº 8 do CODIM (Comitê de Orientação para Divulgação de Informações ao Mercado), que foi divulgado no dia 17 de fevereiro de 2011. O pronunciamento indica procedimentos e ferramentas que devem ser adotados pelas companhias e estão em linha com a legislação e regulamentação vigentes.

Os materiais indicados pelo Comitê utilizados na divulgação de resultados periódicos são: calendário anual de eventos corporativos; convite; formulário cadastral; formulário de referência; demonstrações financeiras; formulário de DFP (Demonstrações Financeiras Padronizadas) e formulário de informações trimestrais (ITR); releases de resultados; teleconferências; apresentações públicas; reuniões restritas e planilhas interativas.

As empresas devem se comunicar cada vez mais de forma verdadeira e adequada, de modo a evitar “insider information” (informação privilegiada) e qualquer tipo de problema que revele falha na utilização da comunicação como ferramenta fundamental.

“As empresas devem se preocupar em transmitir as informações em linguagem simples, clara e concisa”, destacou Alexandre Queiroz de Oliveira (do CFC – Conselho Federal de Contabilidade), também relator do Pronunciamento.

Haroldo Levy Neto, coordenador do CODIM pela Apimec (Associação dos Analistas e Profissionais de Investimento do Mercado de Capitais), complementou durante a coletiva de imprensa que deve haver o entendimento daquele que não seja técnico no assunto.

O Comitê orienta que as companhias devem enviar e disponibilizar os materiais utilizados na divulgação da seguinte forma: para os órgãos reguladores e autorreguladores em português e posteriormente em inglês e outras línguas de interesse da empresa; para os órgãos reguladores e autorreguladores no exterior, caso haja necessidade; no website de Relações com Investidores e divulgar e disseminar os dados com abrangência e simultaneidade.

“Conforme aumentamos o número de pronunciamentos o Comitê torna-se mais conhecido e os investidores demandam mais informações das empresas”, comentou Haroldo Levy ao destacar que as empresas devem objetivar se diferenciar no quesito qualidade de informações e oferecer mais informações e não apenas o básico.

PRÓXIMOS TEMAS

Haroldo Levy Neto adiantou alguns temas que estão em elaboração pelos membros do CODIM, são eles: Instruções Preparativas para o Formulário de Referência; Período de Silêncio para Ofertas Públicas e Comunicação Eletrônica. Para participar e enviar sugestões acesse: www.codim.org.br. Acompanhe, a seguir, a íntegra do Pronunciamento de Orientação nº 8:

CODIM - COMITÊ DE ORIENTAÇÃO PARA DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÕES AO MERCADO

(ABRASCA – AMEC – ANBIMA – ANCOR – APIMEC – BM&FBOVESPA – CFC – IBGC – IBRACON – IBRI)

PRONUNCIAMENTO DE ORIENTAÇÃO Nº 8, de 17 de fevereiro de 2011.

EMENTA: MELHORES PRÁTICAS DE DIVULGAÇÃO DE RESULTADOS PERIÓDICOS: NECESSIDADE DE PADRONIZAÇÃO DE PROCEDIMENTOS E APERFEIÇOAMENTOS A SEREM ADOTADOS NA DIVULGAÇÃO DE RESULTADOS PERIÓDICOS COMO FORMA DE CONTRIBUIR PARA A ADOÇÃO DE BOAS PRÁTICAS DE RELAÇÕES COM OS DIVERSOS PÚBLICOS ESTRATÉGICOS QUE FORTALEÇAM A TRANSPARÊNCIA, A EQUIDADE, A CONFIABILIDADE E A INTEGRIDADE DO MERCADO.

O Comitê de Orientação para Divulgação de Informações ao Mercado – CODIM, com base em sua competência, torna público que, depois de submeter a matéria em audiência pública, aprovou, por decisão de seus membros em reunião realizada no dia 26 de janeiro de 2011, o presente Pronunciamento de Orientação, o que faz mediante os seguintes termos:

CONCEITUAÇÃO

Melhores Práticas de Divulgação de Resultados Periódicos é um conjunto de procedimentos e ferramentas utilizados na divulgação e disseminação das informações pelas companhias visando à melhoria contínua da qualidade das informações prestadas em sintonia com a legislação e regulamentação vigentes e orientações de cunho voluntário, como as emitidas pelo CODIM.

DO OBJETIVO

1. Este Pronunciamento de Orientação tem o propósito de instruir as companhias sobre as melhores práticas e procedimentos de divulgação e disseminação de informações relacionadas aos seus resultados periódicos, visando à uniformidade, à maior abrangência e à equidade na divulgação e transmissão das informações a todos os públicos estratégicos. A qualidade das informações na divulgação é ponto primordial, e neste sentido a comunicação revela-se ferramenta fundamental para uma prática mais transparente e responsável. A adequada transparência resulta em confiança entre a companhia e os di-

versos públicos estratégicos. Consideram-se materiais ou ferramentas utilizados na divulgação de resultados periódicos:

- Calendário anual de eventos corporativos, convite, formulário cadastral, formulário de referência, demonstrações financeiras, formulário de demonstrações financeiras padronizadas – DFP, formulário de informações trimestrais – ITR, releases de resultados, teleconferências (apresentações, transcrições e áudios), apresentações públicas, reuniões restritas, e planilhas interativas, entre outros.

DOS PROCEDIMENTOS PARA DIVULGAÇÃO DE RESULTADOS PERIÓDICOS POR TODAS AS COMPANHIAS

2. A companhia deve adotar procedimentos de controle das informações não públicas e deve promover a conscientização de todos os colaboradores que lidam com informações privilegiadas, de forma a sedimentar a conscientização do caráter confidencial dessas informações e preservar valiosos princípios norteadores do mercado de valores mobiliários, com o objetivo de que todos os públicos estratégicos tenham acesso à mesma informação e no mesmo momento, e que o dever de lealdade dos administradores perante os acionistas e a companhia seja observado.

3. A companhia deve se preocupar com a qualidade, divulgando informações verdadeiras, completas, consistentes, e em linguagem simples, clara e concisa.

4. A companhia deve enviar e disponibilizar os materiais utilizados na divulgação dos resultados periódicos concomitantemente, da seguinte forma:

- Para órgãos reguladores e autorreguladores nacionais, por meio dos sistemas específicos para este fim, em português. Adicionalmente, os materiais devem ser disponibilizados em inglês e eventualmente em outros idiomas, de acordo com a representatividade internacional da base acionária da companhia;
- Para órgãos reguladores e autorreguladores no exterior, quando aplicável;



- No seu website de relações com investidores, em diversos formatos de arquivo, inclusive para download, mantendo-os disponíveis por um período não inferior a três anos, contados da data de divulgação; e,

- Envidar seus melhores esforços no sentido de divulgar e disseminar os dados com abrangência e simultaneidade, pelos meios de comunicação disponíveis, tais como agências de notícias e imprensa em geral, sistemas wire, correio eletrônico (e-mail) e mídias sociais, todos sempre consistentes entre si.

5. Deve-se atentar para o horário da divulgação de resultados periódicos. Este deve ser, sempre que possível, antes do início ou depois do encerramento dos negócios nos mercados em que os valores mobiliários da companhia forem listados, prevalecendo o horário de funcionamento do mercado brasileiro em caso de incompatibilidade.

DOS MATERIAIS OU FERRAMENTAS DE COMUNICAÇÃO PARA DIVULGAÇÃO DE RESULTADOS PERIÓDICOS POR TODAS AS COMPANHIAS

6. Deve ser elaborado e divulgado, no mês de dezembro, o calendário anual de eventos corporativos para o ano civil seguinte, informando todos os eventos programados — atos e eventos societários, das reuniões públicas com profissionais de investimentos e quaisquer outros interessados e da divulgação das informações financeiras programadas. Eventuais alterações subsequentes deverão ser incorporadas ao calendário, cuja versão atualizada deverá ser enviada e divulgada da mesma forma como o foi em dezembro.

7. Demonstrações Financeiras devem ser acompanhadas de:

- Relatório da administração;
- Parecer do auditor independente;
- Parecer do conselho fiscal ou órgão equivalente, se houver, acompanhado de eventuais votos dissidentes;
- Proposta de orçamento de capital preparada pela administração, se houver;
- Declaração dos diretores de que revisaram, discutiram

e concordam com as opiniões expressas no parecer dos auditores independentes, informando as razões, em caso de discordância; e,

- Declaração dos diretores de que reviram, discutiram e concordam com as demonstrações financeiras.

8. O release de resultados tem a função de informar, assegurar a compreensão e disseminar o desempenho da companhia no período a todos os públicos estratégicos, de forma clara, sintética e consistente, além de recomendar a leitura das informações periódicas previstas na Instrução CVM n. 480.

8.1 Além das orientações do órgão regulador sobre o assunto, são consideradas fontes importantes para a elaboração e divulgação do release: Pronunciamentos de Orientação do CODIM n. 6 - "Release", e n. 7 - "Período de Silêncio Antes da Divulgação Pública das Demonstrações Contábeis". Destacam-se as seguintes recomendações desses Pronunciamentos de Orientação:

- A companhia deve ter como meta principal assegurar que as informações divulgadas por meio de release sejam tratadas dentro de uma perspectiva adequada. Isto demanda comedido, bom discernimento e respeito aos fatos. As informações fornecidas devem ser úteis à avaliação do desempenho operacional e econômico-financeiro da companhia. O release deve evitar que o investidor e demais públicos estratégicos da companhia sejam levados a erro por compreensão inadequada das informações disponibilizadas; e,

- A companhia deve informar claramente nos comunicados e convites se utiliza ou não o Período de Silêncio antes da Divulgação Pública das Demonstrações Contábeis ou Divulgação de Resultados Periódicos e sua duração, apontando ainda se continua a atender para questionamentos sobre outros assuntos não relacionados aos resultados periódicos no Período de Silêncio.

9. A teleconferência sobre os resultados é composta por duas partes: a apresentação inicial e a sessão de perguntas e respostas. Na primeira parte, a companhia deve apresentar os destaques operacionais e econômico-financeiros e deixar maior tempo para a sessão de perguntas e respostas,

com o objetivo de permitir interatividade entre os palestrantes e os participantes.

9.1 Além das orientações acima citadas sobre o assunto, o Pronunciamento de Orientação do CODIM n. 1 — “Teleconferências”, deve ser adotado como garantia do procedimento adequado a ser realizado. Destacam-se as seguintes recomendações desse Pronunciamento de Orientação:

- A companhia deve sempre realizar a teleconferência para o mercado brasileiro em português e conforme a legislação societária brasileira;
- A companhia deve disponibilizar em seu website, em intervalo o mais breve possível, o áudio da teleconferência e a transcrição completa da apresentação, incluindo a sessão de perguntas e respostas traduzidas para o inglês ou para outros idiomas, de maneira a dar acesso a todos os públicos estratégicos; e
- Para que seja produtiva a todos os interessados, a teleconferência de divulgação de resultados deve ser realizada em até 3 (três) dias úteis depois da disponibilização das demonstrações contábeis aos órgãos reguladores.

10. As apresentações públicas e reuniões restritas são realizadas depois da divulgação dos resultados e têm como objetivo apresentar informações ao mercado e prestar esclarecimentos sobre o desempenho operacional e econômico-financeiro passado, as perspectivas, bem como as informações demandadas pelos diversos públicos estratégicos. A entrega da apresentação aos participantes deve dar-se antes do início dos eventos, e ser disponibilizada no website de relações com investidores, em lugar de fácil acesso.

10.1 Além das orientações acima citadas sobre o assunto, os Pronunciamentos de Orientação do CODIM n. 2 - “Apresentações Públicas Periódicas”, e o n. 3 - “Reuniões Restritas”, devem ser adotados como garantia do procedimento adequado a ser realizado. Destacam-se as seguintes recomendações desses Pronunciamentos de Orientação:

- A companhia deve realizar ao menos uma Apresentação Pública em cada exercício social, devendo envidar seus melhores esforços para realizar apresentações em diferentes localidades, sendo sempre representada pelos seus mais altos executivos, e em ao menos uma delas ter a presença de seu principal executivo;

• As apresentações, mesmo quando direcionadas a um público específico, sempre se revestirão do caráter de abertas ao público em geral e se restringirão à divulgação, explicação ou abordagem de fatos previamente comunicados aos órgãos reguladores e autorreguladores. A companhia deve, ainda, disponibilizar, concomitantemente, a apresentação dos slides utilizados nas apresentações, em seu inteiro teor, no seu website;

- Nas reuniões, os comentários sobre a performance e/ou projeções da companhia devem se basear nos relatórios sobre os trimestres anteriores, já devidamente arquivados nos órgãos reguladores e amplamente divulgados, e devem procurar focar o longo prazo;
- Deve sempre participar das Reuniões Restritas o Diretor de Relações com Investidores da companhia ou alguém designado da Equipe de RI, inteiramente familiarizado com os materiais arquivados previamente pela companhia, bem como com sua Política de Divulgação, sem prejuízo da participação conjunta de outros executivos preparados para esta tarefa; e,
- Durante Reuniões Restritas a companhia deve se abster de comentar rumores de mercado ou notícias infundadas.

11. As planilhas interativas ou balanços e indicadores interativos trimestrais devem estar disponíveis no website de relações com investidores, apresentando o histórico de pelo menos três anos, com o objetivo de, periodicamente, facilitar a análise e a percepção do desempenho operacional da companhia a todos os públicos estratégicos, além de permitir a seleção dos parâmetros e das contas que lhes interessem, aumentando as possibilidades de análise.

12. Como boa prática, toda companhia de capital aberto deve inserir em sua Política de Divulgação de Informações ao Mercado os procedimentos e as ferramentas de comunicação utilizados na Divulgação de Resultados Periódicos.

São Paulo, 17 de fevereiro de 2011.

Alexandre Oliveira
Ligia Silva Leite Montagnani
RELATORES

Geraldo Soares
Haroldo Reginaldo Levy Neto
COORDENADORES